



**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
(STUDI KASUS PADA LEMBAGA PAUD DI SYAMSA  
AULADINA KUDUS)**

Oleh :

**SRI PUJI ASTUTI**

**NIM. 2012-11-125**

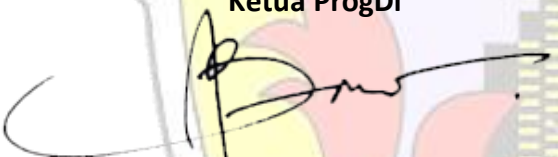
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*  
DI LEMBAGA PAUD SYAMSA AULADINA KUDUS**


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2017

Mengetahui  
Ketua ProgDi

  
**Agung Subono, SE, M.Si.**  
NIDN. 0520017602

Pembimbing I

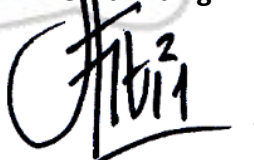
  
**Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM.**  
NIDN. 0607095601

Mengetahui  
Dekan,



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Hj. Fitri Nugraheni, SE. MM.**  
NIDN. 0626028001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

"Sesungguhnya orang-orang iman dan mereka yang melakukan kebaikan, demikian itulah mereka sebaik-baiknya makhluk"

(Q.S. Al-Bayyinah : 7)

"Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua."

(Aristoteles)

Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyalahgunakan waktu untuk menunggu inspirasi."

(Ernest Newman)

### *Kupersembahkan kepada :*

1. Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan moral, materi dan do'a.
2. Saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat dan dukungan.
3. Sahabat-sahabatku yang senantiasa menemaniku dalam suka dan duka.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. Mochammad Edris, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Hj. Fitri Nugraheni, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh responden di lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus.



7. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungan berupa do'a dan restu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Demi perbaikan selanjutnya, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak , karena penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan semua pihak pada umumnya.

Kudus,  
Penulis

2017

**SRI PUJI ASTUTI**  
**NIM. 2012-11-125**

## **ABSTRAKSI**

### **PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI LEMBAGA PAUD SYAMSA AULADINA KUDUS**

**SRI PUJI ASTUTI  
NIM. 2012-11-125**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM.  
2. Hj. Fitri Nugraheni, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa peningkatan loyalitas pelanggan melalui *Customer Relationship Management* (CRM) pada di lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu orang, proses dan teknologi sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap pelanggan di lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi orang, proses dan teknologi terhadap loyalitas pelanggan di lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orang, proses dan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus. Pihak manajemen diharapkan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan proses pelayanan serta Lembaga PAUD Syamsa Auladina Kudus tetap mengupgrade sistem teknologi yang ada disesuaikan dengan kebutuhan.

**Kata kunci: Orang, Proses, Teknologi dan Loyalitas Pelanggan.**

## **ABSTRACT**

### **IMPROVING CUSTOMER LOYALTY BY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AT PAUD SYAMSA AULADINA KUDUS**

**SRI PUJI ASTUTI  
NIM. 2012-11-125**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM.  
2. Hj. Fitri Nugraheni, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
ECONOMIC DEPARTMENT OF MANAGEMENT PROGRAM**

*This study aims to analyze improving customer loyalty by Customer Relationship Management (CRM) at institute of PAUD Syamsa Auladina Kudus. Where is proposed three independent variables and one dependent variable, that is people, processes and technology as independent variable and customer loyalty as dependent variable.*

*This research was conducted by survey method to customer at institute of PAUD Syamsa Auladina Kudus and analyzed by regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed people, processes and technology on customer loyalty in institute of PAUD Syamsa Auladina Kudus.*

*The results showed that the variables of people, processes and technology have a significant positive effect on customer loyalty in the institute of PAUD Syamsa Auladina Kudus. The management is expected to improve the quality of human resources and service process and PAUD Syamsa Auladina Kudus keep upgrading existing technology system tailored to the needs.*

*Keywords: People, Processes, Technology and Customer Loyalty.*

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	4
1.3. Perumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	8
2.2. Orang ( <i>People</i> ) .....	13
2.3. Proses ( <i>Process</i> ) .....	16
2.4. Teknologi ( <i>Technology</i> ) .....	19
2.5. Loyalitas Pelanggan .....	21
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	25



2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	27
2.8. Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	30
3.2. Variabel Penelitian .....	30
3.3. Definisi Operasional.....	31
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	33
3.5. Populasi dan Sampel.....	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
3.8. Pengolahan Data.....	37
3.9. Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1. Penyajian Data .....	43
4.2. Analisis Data .....	47
4.3. Pembahasan.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran-saran .....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	36
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Orang.....	45
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Proses.....	45
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Teknologi.....	46
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	47
Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi.....	48
Tabel 4.8. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 2,5\%$ ).....	49
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ ).....	53
Tabel 4.10. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28

